

دور التقنيات الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي في نشر الأعمال الموسيقية نماذج من القرن العشرين



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-
NonCommercial 4.0
International License.

أماني الفلسفي

LARIDIAME، جامعة صفاقس، تونس.

نشر إلكترونيًا بتاريخ: ٢٨ مارس ٢٠٢٥ م

Abstract

Today, we live in the shadow of a technological and technological boom that has affected many areas of life. With the spread of the Internet, a network that connects all parts of the world to each other, communication between human groups has become extremely easy.

As for the musical field, some of the musical creations produced in the last century (whether in Tunisia or in other Arab countries) have been forgotten and are close to extinction due to their lack of circulation by the public. However, technological advances associated with the advent of the phonograph and the record, followed by production companies and modern recording techniques,

الملخص

نعيش اليوم في ظل طفرة تقنية وتكنولوجية طالت العديد من المجالات الحياتية. ومع انتشار "الأنترنت" بما هي شبكة تربط جميع أقطار العالم ببعضها البعض، صار التواصل بين الفئات البشرية أمراً على غاية من السهولة.

أما فيما يتعلق بالمجال الموسيقي، فإن بعض الإبداعات الموسيقية التي تم إنتاجها في القرن الماضي (سواء في تونس، أو في بقية الدول العربية) أصبحت رهينة النسيان، بل أوشكت على الانقراض بحكم قلة تداولها من جمهور المتلقين. إلا أن التطور التكنولوجي المرتبط بظهور الفونوغراف والإسطوانة، ثم شركات الإنتاج والتقنيات الحديثة للتسجيل حالت دون الوقوع في مثل هذه المشكلات.

الكلمات المفتاحية: الوسائط الحديثة، وسائل التواصل الاجتماعي، الأعمال الموسيقية، شركات الإنتاج، التواصل، الأنترنت.

have prevented such issues from occurring.

KeyWords: New Media, social media, musical works, production company, communication, Internet.

* المقدمة

شهد النصف الثاني من القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين تعاقب العديد من الأحداث والمراحل والتغيرات في مختلف مجالات الحياة، وصولاً إلى العصر التكنولوجي، من خلال الاهتمام بالاتصالات وظهور مفاهيم تكنولوجيا الاتصالات الجديدة. ولقد أسهم التقدم التقني في مجال الإعلام والاتصال في جمع المعلومات والاطلاع على آراء الآخرين (جمهور المتلقين) وتعزيز تنوع مصادر وسائل الإعلام والاتصالات المكتوبة والمسموعة والمرئية والإلكترونية والإنترنت.

* مشكلة الدراسة وأسئلتها

تتمحور هذه الدراسة حول إشكالية أساسية مفادها البحث في مدى تأثير التقنيات الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي مثل يوتيوب وتيك توك في نشر الأعمال الموسيقية -على اختلافها.

وتتفرع هذه الإشكالية الرئيسية إلى أسئلة أخرى فرعية متمخضة عنها ومتمثلة أساساً في: -

١- هل أن التطور التقني والتكنولوجي والوسائط الحديثة التي نشهدها اليوم تمثل فعلاً وسيلة ناجعة لنشر الأعمال الموسيقية التي مضى على إنتاجها عقود (أي تم إنتاجها في القرن العشرين)؟

٢- ما مدى تأثير تصوير بعض الأعمال الفنية في شكل "فيديو كليب" وتحويلها من شكلها المغنى إلى شكلها المرئي في عملية التلقي؟

٣- هل أن إضفاء تغييرات على النص الموسيقي الأصلي من حيث الشكل أو المضمون يساهم في تطويره وتعزيز شهرته وانتشاره بين أوساط المتلقين، أم أن هذه التغيرات تؤثر سلباً في ترويج الأثر وطريقة تلقيه؟

* أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى البحث في مدى تأثير الوسائط الحديثة (السمعية والبصرية وغيرها) على نشر الأعمال الموسيقية التي تم إنتاجها في فترة لا تقل عن ٢٥ سنة، ذلك أننا سنركز اهتمامنا فقط على إبداعات فنية تنتمي إلى القرن العشرين (عند إنتاجها لأول مرة، أي في نسختها الأصلية).

* أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في ربط الإنتاجات الفنية الموسيقية بمجالات أخرى مثل عالم الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي والوسائط والتقنيات الحديثة مثل تقنيات التسجيل والتوزيع، وعالم الإخراج والتصوير السينمائي (فيما يتعلق بالفيديو كليات).

* مصطلحات الدراسة

يحتوي هذا المقال على عدة مصطلحات هامة ورئيسية أنبني عليها البحث، والتي نذكر من بينها: -
التقنيات الحديثة، الوسائط الحديثة، وسائل التواصل الاجتماعي، تلقي الأعمال الفنية، الإبداعات الموسيقية للقرن العشرين.

* التوصيات

توصي الباحثة في ضوء نتائج الدراسة بما يلي: -
١- التعريف بالدور الأساسي الذي تلعبه التكنولوجيا الحديثة في نشر الإنتاجات الفنية الموسيقية.

٢- أهمية القيام ببحوث مستقبلية تهتمّ بربط عالم الموسيقى بعالم التكنولوجيا والتقنيات الحديثة سيّما وأنّ الإنتاجات الموسيقية اليوم تندرج ضمن الثورة التكنولوجية العصرية من حيث الشكل والمحتوى.

* المقترحات

تقترح الباحثة: -

أن تتضافر الجهود بين مهندسي الصوت المختصين في البرمجيات الحديثة والباحثين الأكاديميين في مجال الموسيقى والعلوم الموسيقية للقيام بدراسات معمّقة تربط التحليل الموسيقي بعالم التكنولوجيا الحديثة.

* الإطار النظري

أمام ما يشهده العالم اليوم من تطوّر تقنيّ وتكنولوجيٍّ ومعلوماتيٍّ طال مختلف المجالات، لم يعد من مناص للإِنسان إلّا أن ينخرط ضمن هذا الفضاء الجديد، وهو فضاء تحوّلت معه الأرض إلى "قرية كونية" على حدّ تعبير "مارشال ماكلوهان" (Marshall McLuhan)^١. وقد رافق هذا التّحول في التّقنيات تحوّل في مستوى الوسائط المعتمدة من قبل الإنسان عامّة والمبدع خاصّة، فإذا كان الشّاعر الجاهليّ مثلاً يعتمد على فعل المشافهة والحفظ في نقل أشعاره من جيل إلى جيل،

بالرغم من وقوعها تحت سلطة النّسيان أحياناً، وما يرافقها من تقدّم وتأخير في مستوى الأبيات وحذف وزيادة، فإن الشّاعر الحديث، مثلاً، لم تعد تكفيه مثل هذه الوسائط بما تحمله من إشكاليات في حفظ النصّ بل أقبل على الوسائل الحديثة مستغلاً ما توصلّ إليه العلم الحديث من تقنيّات ووسائل. وحرى بنا الإشارة في هذا المستوى إلى قيمة الأدوات الجديدة للإعلام وأهمّها تكنولوجيا السّمعي - بصري^٢، بالإضافة إلى شبكات الانترنت ووسائل التّواصل الاجتماعي^٣ التي ساهمت مساهمة فعّالة في الرّبط بين مختلف مكونات هذا العالم المترامي حيث استطاعت أن تحوّل إلى قرية صغيرة.

وإذا كانت الوسائط قد استطاعت أن تحوّل العالم إلى قرية، فإن المنهج يقتضي التّوقف أولاً عند الجهاز المفاهيمي للفظ الوسائط حتّى نتبيّن المجال الذي يدور فيه هذا اللفظ: -

ما نعي بالوسائط لغةً واصطلاحاً؟ أيّ دور لها؟ كيف تسهم في نشر الأعمال الفنيّة والأدبيّة؟ وغيرها من الأسئلة التي يمكن أن تطرح في هذا الإطار.

(١) تمّ عرض مفهوم "القرية الكونية" أو " القرية العالمية" للمرة الأولى من قبل " مارشال ماكلوهان"، وهو باحث في وسائل التّواصل، في كتابه ١٩٦٢ المجرة غوتنبورغ (The Gutenberg galaxy): ولادة الرّجل المطبعي.

(٢) مارشال ماكلوهان: أستاذ وفيلسوف وكاتب كندي الجنسية، ولد سنة ١٩١١، وتوفي سنة ١٩٨٠، اهتمّ أساساً بالبحث في التّأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام والاتّصال على النّوع البشري باعتبارها مصدراً هاماً يسهم في تحديد مسار التّاريخ ووسم معالمه.

(٣) نقصد بالسّمعي - بصري كلّ الوسائل التي تحتوي على عناصر صوتيّة أو عناصر صور يمكن رؤيتها (مثل الرّاديو والصّوت والبتّ التلفزيوني والفيديو وأجهزة الكمبيوتر وغيرها..). وقد أدّت هذه الوسائل إلى ظهور ثقافة جماهيرية تتوجّه إلى كلّ أطراف المجتمع، بغض النّظر عن مستواهم الثقافي أو الاجتماعي، ما داموا يستعملون هذه الوسائط ويستفيدون منها.

(٤) لنا أن نذكر أنّ من بين وسائل التّواصل الاجتماعي - tik-tok - facebook - twitter - instagram وغيرها من الوسائل..

١- في معنى الوسيط: الوسيط -استنادا إلى ما جاء به "يوري لوتمان" (Youri Lotman) ١- هو "المتوسط بين المتخصصين وهو المتوسط بين المتبايعين أو المتعاملين وهو أيضا المعتدل بين شيئين" (Youri، ١٩٩٣، ص ٣٣). ففي اللغة الانجليزية نجد أن أصل الكلمة هو "Medium" ويقصد بها "وسيط" وتجمع على كلمة "Media". أما في اللغة الانجليزية فقد تم تحويل هذه الكلمة واستخدامها في صيغة المفرد ويجمعونها بكلمة "Medias". وبالنظر في هذا المفهوم، نتبين أنه تحول من الاستخدام المادي (المتوسط بين المتخصصين وهو المتوسط بين المتبايعين) إلى الاستخدام العلمي، وهو ما نسعى إلى توضيحه من خلال التوقف عند هذا المفهوم في لغة الاتصالات. الوسيط هو الحامل للرسالة الإعلامية بل هو القناة التي من خلالها يتم نقل المحتوى. والحق أن الوسائط بدت في السنوات الأخيرة متنوعة كالإعلام الرقمي (digital Media) والإعلام التفاعلي (Interactive Media) والوسائط السيبرانية (Cyber Media) وغيرها من الوسائط التي تعددت تسمياتها. وهذا المصطلح يعود تحديدا إلى الفيلسوف الفرنسي "رجيس دوبري" الذي اهتم بمختلف الوسائط التي تعنى بنقل الرسائل من ذات إلى أخرى، أو من ذات إلى آلة، أو من آلة إلى أخرى، أي تدرس وسائل الاتصال والإعلام التي تعتمد عليها الثقافة بصفة عامة، والأدب بصفة

خاصة، ومن ثم، يحاول هذا العلم أن يفكك العلامات الرمزية والسميائية في سياقها الزمني والمكاني والفني والجمالي والبصري. وليس هذا العلم مستقلا، بل يتكئ على الفلسفة، وعلوم الإعلام، ونظريات التواصل^٣ (جميل، ٢٠١٦، ص ١٤٢).

ومهما يكن من أمر فهذه الوسائط فرضت نفسها في هذا العالم الذي يشهد تطورا اتصاليا مذهلا، حتى أن البعض أضحى يقيم تطور بلد ما بتطور الاتصالات فيه ومختلف هذه الوسائط تعرف بأنها "وسائل الإعلام الحديثة التي يعتمد عليها الإعلام الالكتروني، وهي الدمج بين كل وسائل الإعلام التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر، وتتيح الانترنت للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة، بطريقة إلكترونية"^٤ (يوسف، ٢٠١٧، ص ١٣٦٣)، وقد تحولت هذه الوسائط -كما ذكرنا آنفا- من وسائط إلكترونية تشمل الهاتف والبريد الالكتروني والصحيفة الالكترونية إلى وسائط اجتماعية (Social Media) قائمة على شبكة الأترنات وتطبيقاتها وتشمل الفيسبوك، اليوتيوب، التويتر، التيك توك وغيرها. ولسنا هنا بصدد تعدادها بقدر ما نسعى إلى بيان سرعة ظهورها وقدرتها على غزو كل المجالات العلمية والأدبية والاقتصادية والسياسية^٥ وغيرها.

٣ (حمداوي، جميل. (٢٠١٦). الأدب الرقمي بين النظرية والتطبيق (نحو المقاربة الوسايطية). المغرب: مكتبة المثقف.
٤ (تمار، يوسف. (٢٠١٧). البعد النظري في دراسة وظائف وسائل الإعلام والميديا الجديدة (المجلد ١٠، العدد ١). الجزائر: مجلة الواحات للبحوث والدراسات.
٥ (أضحت مثل هذه الوسائط محددة للانتخابات الرئاسية والبرلمانية ومؤثرة فيها في أغلب بلدان العالم.

١ (يوري لوتمان (Youri Lotman): هو كاتب وعالم وفيلسوف ومؤرخ أدبي ولغوي من "أستونيا"، ولد سنة ١٩٢٢ وتوفي سنة ١٩٩٣.

٢ Lotman, Youri. (1993) La structure du texte artistique, traduit du russe par Anne Fournier et autre) Paris : Edition Gallimard.

وبناء عليه، فقد استعان بمختلف هذه الوسائط العديد من "صناع" المشهد الإعلامي والالكتروني إذ "يتم استخدام الرسومات والصّور الفوتوغرافية لتوضيح المادة المعروضة على المتلقي وتدعيمها بقطاعات الفيديو، وتوظيف الحركة والصّوت وإدراج الروابط وغير ذلك، بمعنى دمج مختلف الوسائط الالكترونية المتعددة مهما كان نوعها، نصيّة، صوتيّة وحركيّة"^١ (جلول، ٢٠٢١، ص ١٣٦)، وقد تجاوز استغلال هذه الوسائط وتطويعها المجال الفوتوغرافي لتصل إلى المجال الفكري عامّة والأدبيّ خاصة حيث أضحي الأدباء والشّعراء يعولون كثيرا على مثل هذه الوسائط لنشر أعمالهم الإبداعية فصار كاتب القصة أو الرواية يقرأ جزءا من عمله الذي يكون مرفوقا بموسيقى يختارها ويمشاهد تجسّد إلى حدّ ما المشهد المقروء لاستدراج المتلقي ليقبل على عمله وهو ما يعبر عنه "بالوسيط اللفظي (Verbal Art)، وكذا يفعل الشّاعر حين يلقي قصيدته معتمدا تقنيّات معيّنة سواء في مستوى الصّوت أو الإخراج أو كذلك المشاهد المرفقة للقراءة.

لقد أصبح المجتمع الشّبكي برمته كما ينعته عالم الاجتماع الاسباني المعاصر (M.Castells) منخرطا في هذا الفضاء من خلال الوسائط المذكورة آنفا إيمانا منه بأنّه لا مفرّ من الاستفادة منه بعد يقينه بأنّ الشّبكات الاجتماعية تمكّنت من غزو العالم بأسره ونالت اهتماما واضحا، وتدفعًا هائلا بعد تلاشي الحدود وزوال القيود، لتتشكّل بذلك ظاهرة فريدة بما تنشره من صورة تقنيّة حديثة وبما تحدّثه من

عميق الأثر في المتلقّي، بل أنّ البعض يرى أنّ لمثل هذه الشّبكات قدرة عجيبة على استلاب الذوات نحو منتج ما خاصة من خلال اعتمادها على تقنيّات متطوّرة جدّا مكنتها من بناء عوالم افتراضيّة وملتقيات حضاريّة ومنتديات ثقافيّة وأسواق تجارية..

وعلى هذه الشّاکلة، فإنّ تكنولوجيا الاتّصال الحديثة تمكّنت "من تقديم إمكانات كبيرة لزيادة حجم إنتاج الموادّ الإعلاميّة والثّقافيّة والمرئيّة والمسموعة والمطبوعة وتبادلها بين مختلف المجتمعات المحليّة والخارجيّة"^٢ (كريمة، ٢٠٢٢، ص ١٥).

والثّابت أنّ مصطلح "الوسيط" يدفعنا إلى الانتباه إلى مجال الصورة وهو أمر أكّد عليه "رجيس دوبري"، فالصورة تمثّل وسيطا مهماً يختلف اختلافا بيّنا عن الكتابة. فهي الأكثر حضورا في العقود الأخيرة، في الشّوارع، في العروض الفنيّة والثّقافيّة، في المعاهد والكلّيّات، في المستشفيات والمصحّات، في دور الثّقافة والشّباب، في ميادين الفلاحة والبيئة وغيرها من المجالات، بل قل أنّ الصورة تغزونا في بيوتنا، تطاردنا أينما حللنا، فيمكن للذاكرة أن تنسى خطابا أو قصيدة أو نصّا، ولكنّها من الصّعب أن تنسى صورة ارتسمت في مخيلتها، وأمام غزوها هذا صار العلماء يتحدّثون عن "عصر الصّورة" نظرا إلى كونها تمثّل وسيطا إدراكيا ينقل الواقع حيناً وينبّه من خطورته حيناً آخر ولكنّها كذلك يمكن أن تكون حاملة لزيّف الواقع.

أطروحة مقدّمة لنيل شهادة الدكتوراه الطّور الثّالث (ل.م.د)، إشراف "سليم مزهود". الجمهوريّة الجزائريّة الديمقراطيّة الشّعبيّة: المركز الجامعي عبد الحميد بو الصوف ميله، وزارة التّعليم العالي والبحث العلمي، قسم اللّغة والأدب العربي، شعبة دراسات لغويّة، تخصصّ تعليميّة اللّغة العربيّة.

^١ (دقي، جلول، ٢٠٢١). أثر الوسائط الالكترونية على جماليّة القصيدة التّفاعلية (المجلد ١٠، العدد ٢). الجزائر: مجلة فصل الخطاب، جامعة محمد بوضياف.

^٢ بوقاعدة، كريمة. (٢٠٢١-٢٠٢٢). الوسائط التّكنولوجيّة الحديثة ودورها في تعليم اللّغة العربيّة -الجامعات الجزائريّة أنموذجا-

إنّ الصّورة من حيث هي الوسيط الأكثر حضورا في هذا العالم أضحت تحضر في حياة الإنسان في لحظاتها لا من قبل الإعلام وشركات الإشهار فحسب، بل وكذلك من الإنسان نفسه، فهو حين يذهب إلى البحر يقوم بتصوير نفسه، وكذلك يفعل إن دخل مقهى أو مطعما أو نزلا أو غيرها من الأماكن مستغلا في ذلك ما توصّلت إليه التقنيات الحديثة، وهو أمر أشار إليه الباحث "رضا الهيشري" حين يبيّن أنّ الصّورة لا تعدو إلّا أن تكون "نتاج لتطوّرات تكنولوجيّة تواصلية بالأساس قوامها وسائل التّواصل الحديثة والإمكانات التّقنية المتاحة. ولكن يبدو أن هذه التّقنية تحوّلت إلى معطى ثقافي قابل للقراءات السّوسولوجيّة والفلسفيّة والجماليّة"^١ (رضا، ٢٠٢٢، ص ١٥٩).

وبالرغم من خطورة الصّورة فإن العديد من المجالات العلميّة والأدبيّة والفنيّة استفادت كثيرا من الصّورة كوسيط، لتتمكّن بعد ذلك من دراسة الموسيقى دراسة وسائطيّة، ليكون الخطاب الموسيقي، تبعا لذلك، "أداة من أدوات دراسيّة عميقة للكيفيّات الماديّة لإبلاغ الصّيغ العليا للرّمز الموسيقي عبر التّخصّصات البنيّة ومن داخل الإطار الصّارم للكفاءات الموسيقولوجيّة"^٢ (Vincent، ٢٠٠٣، ص ٧).

وبناء على ما سبق، تطلّ الموسيقى الميدان الأكثر انتفاعا من الوسائطيّة لا من حيث نقل الموسيقى في مختلف بقاع الأرض، بل وكذلك لقدرتها على حفظ المخزون

الثّقافي والإنساني للشّعوب فتكون عملية التّسجيل بذلك حفظا للذاكرة الحضاريّة والجماعيّة^٣ من الضّياع والتلف. وما نخلص إليه هو أنّ مثل هذه الوسائط استطاعت أن تخلق إعلاما جديدا في كلّ المجالات يقطع مع الإعلام التّقليدي "سواء في الطّرح أو التّفاعل أو سرعة الوصول إلى الجمهور المستهدف؛ بل أنّ هذه الوسائط أصبحت تمتلك قدرة رهيبية على اختراق حياة الإنسان في كلّ المواقع، وهو ما تفتّنت إليه الباحثة "كريمة بوقاعدة" حين أشارت إلى "تمكّن تكنولوجيا الاتّصال الحديثة من تقديم إمكانات كبيرة لزيادة حجم إنتاج المواد الإعلاميّة والثقافيّة المرئيّة والمسموعة والمطبوعة، وتبادلها بين مختلف المجتمعات المحليّة والخارجيّة"^٤ (كريمة، ٢٠٢٢، ص ١٣)، لأجل ذلك كلّ لم يبق أمام الإنسان اليوم إلّا أن يخطر في هذا الفضاء الشّبكي والتّرويج لمنتوجه أو رفضه والتّفوق على ذاته وبالتالي العزلة عن هذا العالم.

٢- بعض أنواع الوسائط: -

لا شك أنّ الوسائط تختلف وتتنوّع باختلاف كنهها ومحتوياتها ومجال توظيف كلّ منها، والتي يمكن أن نذكر من بينها: -

١- فنون الوسيط اللفظي (Verbal Art)

ويقع ضمن تلك الفئة الأدب والشعر، وهي تعتمد أساسا على الكلمات المنطوقة

* Nora, Pierre. (1984). Les lieux de Mémoire. (Tome 1). Paris : Le République.

* هالبواش، موريس. (٢٠١٦). الذاكرة الجمعيّة، تر. نسرين الزّهر. سوريا: بيت المواطن للنّشر والتّوزيع.
٤ (بوقاعدة، كريمة. (٢٠٢٢-٢٠٢١). الوسائط التّكنولوجيّة الحديثة ودورها في تعليم اللّغة العربيّة. مرجع مذکور.

١ (الهيشري، رضا. (٢٠٢٢). مشهديّة الموسيقى والصّورة. تونس: دار سحر للنّشر.

٢ Tiffon, Vincent. (2003). Pour une médiologie musicale, Revue Déméter. France : Université de Lille 3.

٣ (يمكن الاستفادة من كتابي:

٢- فنّ الوسائط السّمعية / المسموعة (Auditory Art): -

الفنون السّمعية تخاطب بشكل أساسي حاسة السّمع، ويكون وسيط الإبداع فيها مسموعا ويستغلّ عنصر الزمن (Time) وهي تضمّ الموسيقى وفي بعض الأحيان تجمع بين الموسيقى والأدب تتضمن الوسائط السّمعية والمرئية كل ما يتعلق بالصوت والصورة، مثل الأفلام، ومقاطع الفيديو، والبرامج التلفزيونية، والفيديوهات على الإنترنت.

يتم توصيل المعلومات والمحتوى من خلال التعبير البصري والسمعي، مما يساعد في توضيح الأفكار والمفاهيم بشكل أكثر وضوحاً وإقناعاً.

* الوسائط المكتوبة (Written Media)

١- تشمل الوسائط المكتوبة كافة أشكال النصوص المكتوبة، مثل الكتب، والمجلات، والصحف، والمقالات، والمدونات، والتقارير العلمية.

٢- تعتمد على اللغة المكتوبة لنقل المعرفة والمعلومات، وتوفر تفاصيل دقيقة ومراجع معمقة في مجالات مختلفة.

هذه الوسائط تُعتبر أدوات قوية لنقل الأفكار والتواصل مع الجمهور بشكل فعال، وكل منها له استخداماته وميزاته الخاصة التي تناسب أنواعاً مختلفة من المحتوى والجمهور المستهدف.

* ظهور تكنولوجيا الاتّصال

لقد تطوّرت وسائل الاتّصال المعاصرة من أدوات بسيطة إلى آلات حديثة، يوظّفها الإنسان في مجالات حياته المختلفة، وقد ظهر في العقود الأولى من القرن العشرين نمط

فريد الانتشار في وسائل التّعبير البشري، عن طريق الاتّصال السّلكي واللاسلكي، وأبرز النّماذج لهذا الاتّصال محطات الإذاعة التي تنقل محتويات الأوعية الصّوتية، ثمّ محطات التّلفزيون التي تنقل محتويات الأوعية المرئية، وأخيراً قواعد المعلومات بالاتّصال (المباشر online) التي تنقل محتويات الأوعية الكتابية والصّوتية والمرئية، دون الحاجة في أي من هذه القنوات الثلاث (الإذاعة، التلفزيون، قواعد البيانات) وذلك بواسطة تكنولوجيا الأنترنت التي ربطت العالم ضمن حلقة واسعة يتمّ فيها التّقارب والتّعارف، وتبادل شتّى المعارف والأخبار.

وتمثّل تكنولوجيا الاتّصال "مجموع التّقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النّظم المختلفة التي يتمّ توظيفها لمعالجة المضمون، أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال الاتّصال الجماهيري، أو الشّخصي أو التّنظيمي أو الجمعي، والتي يتمّ من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصوّرة أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرّقمية من خلال الحاسبات الالكترونية، ثمّ تخزين هذه البيانات والمعلومات واسترجاعها في الوقت المناسب وأخيراً نشر هذه الموادّ الاتّصالية ونقلها من مكان إلى آخر وتبادلها، وقد تكون تلك التّكنولوجيات يدوية أو آلية أو الكترونية" (يوسف ونصيرة، ٢٠١٤، ٢٦٢) وذلك بحسب مدى تطوّر هذه التّكنولوجيا في مجالها الاتّصالي من مرحلة لأخرى منذ بداية العمل عليها.

فقد اخترع العالم الأسكتلندي "جراهام بل" الهاتف عام ١٨٧٦، ثمّ عام ١٨٧٧ اخترع الأمريكي "توماس أديسون" جهاز "الفونوغراف"، وهو جهاز يحوي

(١) حديد، يوسف / براهيمة، نصيرة. (٢٠١٤). تكنولوجيا الاتّصال الحديثة واختراق الخصوصية الثقافية الأسرة الحضريّة الجزائريّة. (العدد ١٧). فلسطين: مجلة العلوم الإنسانيّة والاجتماعيّة.

اسطوانتين متحركتين: الأولى تنقل الصوت وتخزنه، والثانية تنقل الصورة التي يتم مشاهدتها بواسطة الميكروسكوب. وفي عام ١٨٨٧ اخترع العالم الألماني "إميل برلنجر" القرص المسح لتسجيل الصوت، ثم اخترع الإيطالي "غوليلمو ماركوني" اللاسلكي عام ١٨٩٦، ثم تم اختراع السينما الناطقة، ثم التلفزيون، ثم التلفزيون التجاري، وتوالى الاختراعات إلى أن وصلت إلى الوسائل التكنولوجية الاتصالية الحديثة التي تستخدمها كل شعوب العالم^١. (كريمة، ٢٠٢٢، ص ١٣-١٤).

* الإطار التطبيقي

تعدّ الوسائل والطرق التي استطاع من خلالها الإنسان توثيق وتسجيل الصوت والصورة عديدة ومتعددة؛ ذلك أنها مرّت على مرّ العصور بتغييرات وتحولات أسهمت فعلياً في تغيير مفهوم إدراك الموسيقى لدى المتلقي، فنحن اليوم نعيش عصر الوسائط المتعددة. وتعتبر الموسيقى وسيطاً من بين هذه الوسائط في المجال السمعي البصري. ويمكننا التدرّج من القديم إلى الحديث والمستحدث في التطرّق إلى هذه الوسائل المعتمدة: -

١- ظهور الفونوغراف والاسطوانة: شهدت الموسيقى العربية تطوراً ملحوظاً خلال القرن العشرين، حيث لعبت التكنولوجيا دوراً محورياً في تغيير شكل توزيع الأغاني وطرق وصولها إلى الجمهور. وقد كان كلٌّ من "الفونوغراف" و"الاسطوانة" من الأدوات الأساسية في نشر الموسيقى العربية خلال تلك الفترة. و"الفونوغراف" هو جهاز تم اختراعه في نهاية القرن التاسع عشر بواسطة "توماس إديسون". وقد عمل هذا الجهاز على تسجيل الصوت

وتحويله إلى شكل يمكن استنساخه على الاسطوانة. كانت الأسطوانة في البداية مصنوعة من مادة الشمع، ثم تطورت لتصبح مصنوعة من "الفينيل". ومع مرور الوقت، أصبحت الاسطوانة الوسيلة الرئيسية لتوزيع الموسيقى في معظم أنحاء العالم، بما في ذلك العالم العربي.

والجدير بالذكر أنّ الاسطوانة كانت تتيح للموسيقيين والفنانين إمكانية نشر أعمالهم لأعداد كبيرة من المستمعين، وهي طريقة لم تكن موجودة من قبل. مكنت الأسطوانة الموسيقيين من الوصول إلى جمهور أكبر في أنحاء العالم العربي، حيث كانت تُباع في المتاجر وتُذاع عبر محطات الراديو. ولعبت الأسطوانة دوراً محورياً في التعريف بالكثير من الفنانين والموسيقيين العرب الذين أصبحوا نجومًا في فترة وجيزة. بدأ تأثير هذه التقنيات يظهر بشكل جلي في أواخر القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين، حيث شكلت الفونوغراف والاسطوانة وسائل أساسية لنقل الصوت وتوزيع الأعمال الموسيقية إلى جمهور واسع. كلّ ذلك يتمّ عبر شركات إنتاج مشهورة في العالم العربي، والتي نذكر من بينها "شركة بيضافون". وهي شركة أسطوانات لبنانية الأصل، تمّ تأسيسها سنة ١٩٠٦ في بيروت، وقد عقدت صفقة تصنيع مع شركة ألمانية.

وخلال الحرب العالمية الأولى، وتحديدًا سنة ١٩١٤، افتتحت هذه الشركة فرعاً لها في القاهرة، ثمّ أنشأت لاحقاً العديد من الفروع في عدّة دول عربية. ولقد أسهمت هذه الشركة -ومن بعدها عديد شركات الإنتاج الأخرى مثل جرامافون، أوديون، كايروفون- في تسجيل

^١ (بوقاعة، كريمة. ٢٠٢١-٢٠٢٢). الوسائط التكنولوجية الحديثة ودورها في تعليم اللغة العربية. مرجع مذكور.

وتوثيق رصيد غنائي هام لفنانين وفنانات في مختلف أقطار العالم العربي، والذين نذكر من بينهم: -

أم كلثوم / محمد عبد الوهاب / عبد الحليم حافظ / فريد الأطرش / اسمهان / ليلى مراد / حليم الرومي / فيروز وغيرهم.

واستنادا إلى هذا الدور الهام الذي اكتسبته الاسطوانات في تغيير الطريقة التي يتم بها إنتاج الموسيقى وتوزيعها، أصبح بإمكان جمهور المتلقين الاستماع إلى أغانيهم المفضلة في أي وقت عبر جهاز الفونوغراف بدلاً من مواكبة العروض الحية أو القراءات الشفهية، خاصة وأن الاسطوانات توفر نسخة من الأغاني على مستوى عالٍ من الجودة، وتسمح بإعادة الاستماع للأغاني عدة مرات، وهو ما شجع على زيادة الاستماع إليها.

وعلى هذه الشاكلة، أسهمت الاسطوانة بشكل فعلي في توسيع القاعدة الجماهيرية لهؤلاء الفنانين بعد أن صارت أداة حيوية في نشر الأغاني التي تميزت بالإيقاع واللحن الخاص بالموسيقى العربية.

٢- دور تقنيات التسجيل الحديثة في استوديوهات الصوت في نشر الأغاني العربية: -

شهد العالم في الفترة المتراوحة بين نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين تطورا ملحوظا في مجال الإبداع الموسيقي بفضل التقدم التكنولوجي؛ ذلك أن لابتكارات التقنية دورا رئيسيا في تغيير طرق إنتاج ونشر الموسيقى. ومع دخول تقنيات جديدة مثل الفيديو كليب،

الأنترنت، والأجهزة الرقمية، تغير المشهد الفني بشكل جذري، مما أتاح للفنانين الوصول إلى جمهور عالمي. وعلى هذا الأساس، فإن "الثورة التكنولوجية والمعرفية التي يعيشها المجتمع المعاصر قد تسببت في إحداث تحولات وتغيرات كبيرة على جميع المستويات العالمي والقومي والإقليمي" (بهاء الدين، ١٩٧٧، ص ١٢). ويعد الكمبيوتر من أهم سمات العصر الحديث، فكل شيء حولنا يمكن أن يدار من خلاله، وللكمبيوتر امتداد كآلة لقدرات الإنسان العقلية ليس في التفكير ولكن في السرعة^٢ (يوسف، ٢٠١٩، ص ١٥٠١). يقول بيتر دارك (Peter Darcke) أن الكمبيوتر هو "مكبر ذكائي يقدم عنصرا أدائيا خارجيا لمساعدة الإنسان على أداء الأعمال وتسخير قدراته لخدمة العملية التعليمية"^٣. (عبد البديع، ١٩٩٩، ص ص ٢٨-٢٩).

ولقد أدت الأجهزة الرقمية مثل الحواسيب وبرمجيات الإنتاج الصوتي إلى إحداث تحول جذري في كيفية صناعة الموسيقى وتوزيعها، فقد أصبح بإمكان المنتجين والفنانين ابتداء أعمال موسيقية احترافية باستخدام تقنيات رقمية متطورة، وهذا ما سهل عملية الإنتاج والابتكار والنشر بشكل غير مسبوق؛ ذلك أن استخدام برمجيات (Digital Audio Workstations) مثل "Pro Tools" و"Logic Pro" و"Ableton Live" يعدّ من الأدوات الأساسية التي تتيح للعديد من الفنانين والمنتجين الموسيقيين اليوم إمكانية إنتاج وتسجيل موسيقاهم

^٢ محمد سالم، عبد البديع. (١٩٩٩). مقدمة الحاسبات الالكترونية. القاهرة: مطابع الدار الهندسية.

^١ حسين كامل، بهاء الدين. (١٩٧٧). التعليم والمستقبل. القاهرة: دار المعارف.

^٢ إيهاب، يوسف. (٢٠١٩). أثر استخدام برنامج قائم على الوسائط المتعددة في تحسين النّذوق الموسيقي. (المجلد ٤١). جمهورية مصر العربية: مجلة علوم وفنون الموسيقى، كلية التربية الموسيقية.

في المنزل أو في استوديوهات صغيرة، مما خفض التكاليف الإنتاجية وساهم في خلق بيئة موسيقية أكثر تنوعاً. ومن بين أبرز الفنانين العالميين الذين استفادوا من هذه التقنيات نذكر دافيد غيتا "David Guetta"، الذي استخدم البرامج الرقمية لتطوير أسلوبه الخاص في الموسيقى الإلكترونية.

أمّا فيما يتعلق بالموسيقى العربية، فإنّه بالتزامن مع التطور التكنولوجي وتقدم تقنيات التسجيل، تطوّرت استوديوهات الصوت بشكل ملحوظ، مما أثر بشكل كبير على إنتاج وتوزيع الأغاني العربية خاصة مع ظهور تقنيات التسجيل الرقمي التي أسهمت في تحسين دقة الصوت، وتمكّنت من إضافة تأثيرات صوتية دون التأثير على وضوح الصوت الرئيسي، أو إضافة طبقات صوتية لم تكن متاحة من ذي قبل، هذا إلى جانب العديد من الميزات الأخرى.

أمّا في العقد الأخير من القرن العشرين، وتحديدًا في بداية التسعينات، كان هناك تحوّل كبير في كيفية تسجيل وتوزيع الأغاني بالتزامن مع ظهور استوديوهات التسجيل المتطورة التي انتشرت في معظم العواصم العربية الكبرى مثل بيروت، القاهرة، دبي، والرياض. وقد أثّرت هذه الاستوديوهات بشكل كبير على الجودة الفنية للأغاني العربية؛ حيث وفّرت بيئة مثالية لتحسين الصوت وإنتاج موسيقى متطورة من خلال إضافة تقنيات الصوت الحديثة التي تسهم في خلق موسيقى بجودة عالية يمكن تحريرها وتوزيعها بسهولة على منصات مختلفة، بما في ذلك الأنترنت والتلفزيون والراديو. ولقد استخدم المختصّون في هذا المجال برمجيات التسجيل الرقمية مثل: "Logic Pro" و"Pro Tools".

ومن هذا المنطلق، أصبحت عملية الإنتاج الموسيقي أكثر دقة وسهولة، مما ساهم في تحسين جودة الأغاني في جميع أنحاء العالم العربي وجعلها أكثر احترافية وتنوعاً من حيث الأنماط الموسيقية. كما مكّنت هذه الأدوات الفنانين العرب من مواكبة أحدث الاتجاهات العالمية في صناعة الموسيقى، وجعل الموسيقى العربية منفتحة على الموسيقىات الأخرى مثل الموسيقى الإلكترونية والهيب هوب، عبر دمج الأساليب الغربية مع الموسيقى العربية الشرقية.

ومن الأمثلة الواضحة على هذا التطور الفني، نذكر الرّصيد الموسيقي للمغني "عمرو دياب"، الذي استخدم في أغانيه تقنيات التسجيل الحديثة لابتكار موسيقى تتميز بتوليفة من الأنماط الغربية والتقاليد العربية. وقد أثبت نجاح ألبوماته في العالم العربي وعلى مستوى الأسواق العالمية أن هذا الدمج بين التقنيات الحديثة والأنماط التقليدية قد ساهم في تحديث الأغنية العربية وترجمة بعض الأغاني إلى لغات أخرى وجعلها أكثر جذباً لجمهور أوسع. ومن بين أعماله الفنية التي تمّ إنتاجها في القرن العشرين نذكر:

| العمل الفني | سنة إنتاجه | مميزاته |
|-------------|------------|--|
| أشوف عينيكي | ١٩٨٤ | نسخ الفنان "تامر حسني" جزءاً منه ووضع في أغنيته (قرب حبيبي) التي غناها في ألبومه (حب) الذي أصدره سنة ٢٠٠٤. |
| ميال | ١٩٨٩ | تمت ترجمته إلى اللغة الإنجليزية والفرنسية والإسبانية |
| نور العين | ١٩٩٦ | تمت ترجمته إلى اللغة الإنجليزية والإسبانية وغنّته فرقة "جيف كينغ" |
| عودوني | ١٩٩٨ | تمت ترجمته إلى اللغة الهندية. |

أسهمت هذه الإنتاجات الفنية في خلق تلاقح بين الثقافات، خاصّة وأنّها تُرجمت للعديد من اللغات. ولم يكن لهذا الأمر أن يكون، إلا باستئناس منتجي هذه الآثار الفنية بتقنيات وأساليب تسجيل متطورة تمّ فيها الدمج بين

آلات موسيقية من أصول عربية، وبين آلات أخرى غربية (قيتار، violoncelle، cello، batterie، بيانو...) معتمدين على برمجيات حديثة في التسجيل والتوزيع وتقنيات الصوت.

كلّ هذه التقنيات ساعدت في تحسين جودة الإنتاج الموسيقي وفتح أفق جديد للفنانين لتحقيق الشهرة. ٣- دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الأعمال الموسيقية: -

لقد لعبت وسائل التواصل الاجتماعي دوراً كبيراً في تغيير الطريقة التي يتم بها نشر الأعمال الموسيقية في القرن العشرين. وعلى الرغم من أنّ ظهور هذه الوسائل بشكل واسع لم يكن إلا في أواخر القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين، إلّا أنّ صناعة الموسيقى بدأت سريعاً في اتخاذ منحى جديد تماماً، حيث أصبح من الممكن للفنانين نشر أعمالهم من خلال منصات الأنترنت، مما مكّنهم من الوصول إلى جمهور عالمي بشكل أسرع وأسهل من أي وقت مضى.

ولقد اختلفت المواقع التي أسهمت في انتشار الإنتاجات الموسيقية القديمة والحديثة، والتي نذكر من بينها: -

١- موقع "Napster": في أواخر التسعينات، أحدث موقع "Napster" ثورة في صناعة الموسيقى من خلال تمكين المستخدمين من تبادل الملفات الموسيقية مجانياً عبر الأنترنت. ورغم الجدل الكبير حول حقوق الملكية، فإن تأثير "Napster" كان ملحوظاً فيما يتعلق بطريقة استهلاك المتلقين -على اختلافهم- للموسيقى. ورغم إغلاق هذا الموقع لاحقاً، إلّا أنّه مهّد لابتداع وخلق منصات

أخرى مثل "Spotify" و"Apple Music" التي أسهمت في تسهيل الوصول إلى الأغاني والفنانين في كل أنحاء العالم.

٢- موقع "MySpace": تأسس هذا الموقع سنة ٢٠٠٣ وهو عبارة عن أكبر موقع للتواصل الاجتماعي في الفترة الممتدة ما بين سنتي ٢٠٠٥ و ٢٠٠٨ حيث وصل عدد المستخدمين له شهرياً حوالي ١٠٠ مليون شخصاً من مختلف أنحاء العالم، وكان له دور كبير في إنشاء فرصة مناسبة للتفاعل بين الفنانين وجمهورهم. وكان هذا الموقع يشكل مساحة للفنانين الصاعدين لمشاركة أغانيهم ومقاطع الفيديو الخاصة بهم مباشرة مع جمهورهم، وهو ما مهّد الطريق لظهور العديد من الفنانين الذين أصبحوا مشهورين بفضل هذه المنصة.

٣- موقع يوتيوب "YouTube": تجدر الإشارة إلى أنّه في العقود الماضية، كانت الأعمال الموسيقية تحتاج إلى تسويق محليّ عبر محطات الرّاديو والتلفزيون، وهو ما كان يقتصر عادة على فئة معينة ومحدودة من المتلقين. لكن منذ أن تمّ إطلاق موقع "يوتيوب" (youtube) سنة ٢٠٠٥، أصبح هذا الموقع يلعب دوراً محورياً في نشر الأعمال الفنية الموسيقية المغناة أو المصورة، حيث أصبح يتربّع على عرش الوسائل التي غيّرت جذرياً طريقة استماع الناس للموسيقى وتلقيهم للأثار الفنية والتعرّف على كيفية إنتاجها وتوزيعها. وأصبح "يوتيوب" منذ ذلك الوقت وسيلة أساسية للفنانين في عرض أغانيهم وتفاعل الجمهور معها؛ ذلك أنّ الفرصة تصبح متاحة للمتلقين في مختلف دول العالم لأن يستمع أو أن يشاهد أيّ أغنية عبر هذه المنصة بمجرد توفر اتصال الأنترنت.

٤- يوتيوب كمنصة مفتوحة للتوزيع الموسيقي: قبل ظهور يوتيوب، كان توزيع الأغاني يتطلب آلات معقدة وتكلفة مالية كبيرة. كانت الأغاني تحتاج إلى شركة إنتاج لتوزيعها من خلال الإذاعات أو محطات التلفزيون أو عبر أسطوانات الـ CD، وهو ما كان يعني تقليص الفرص للعديد من الفنانين الجدد أو الذين ليس لديهم قاعدة جماهيرية كبيرة. لكن مع ظهور يوتيوب في عام ٢٠٠٥، تحول الأمر بشكل جذري اعتباراً لأن "يوتيوب" هو بمثابة منصة مفتوحة يمكن لأي شخص من خلالها رفع محتوى موسيقي ونشره في دقائق وبشكل مجاني، ما أتاح الفرصة لكثير من الفنانين المحليين والدوليين لتوزيع أعمالهم، وهذه الفائدة مكّنت العديد من الفنانين الجدد من الحصول على الفرصة للوصول إلى جمهور أكبر دون الحاجة إلى تدخل شركات الإنتاج الكبرى.

ومن هذا المنطلق، أصبح يوتيوب منصة عالمية تتيح للأغاني الوصول إلى ملايين الأشخاص في جميع أنحاء العالم بغض النظر عن الموقع الجغرافي.

على سبيل المثال، يمكن للأغاني الهندية أو الإفريقية أن تصل إلى جمهور في أمريكا أو أوروبا بفضل الترجمة التلقائية أو التفاعل الاجتماعي عبر التعليقات ومشاركة المقاطع. هذه الإمكانية جعلت يوتيوب أحد أبرز الأدوات في العولمة الموسيقية.

(١) جاستين بيبير "Justin Bieber" هو مثال شهير على فنان بدأ حياته المهنية على يوتيوب، حيث نشر مقاطع غنائية له، ولاحظته شركة تسجيل كبرى، وحقق الشهرة بسرعة بفضل منصات التواصل الاجتماعي.

(٢) نسب المشاهدة لأغنية "سيدي منصور" (من تنفيذ فرقة بودية) مأخوذة من موقع يوتيوب

ولعلّ من بين إحدى أهم الميزات التي يوفرها يوتيوب هي الإحصائيات التي تقدمها المنصة للفنانين وحصر عدد المشاهدات "numbers of view". فمن خلال هذه الإحصائيات، يستطيع الفنانون وفريقهم معرفة معدل المشاهدات، التفاعل مع الأغنية، والتوزيع الجغرافي للمشاهدين، مما يمكنهم من فهم الدائقة الفنية لجمهورهم بشكل أعمق، ومزيد التركيز على نوعية الحملات الترويجية أو اختيار نوعية الأغاني الجديدة التي تتماشى مع تفضيلات الجمهور.

وفيما يلي، نذكر بعض النماذج من الموسيقى التونسية والعربية: -

١- أمثلة من الموسيقى التونسية الشعبية والتي تم إنتاجها في القرن العشرين، ثم نشرها بنسختها الأصلية على موقع "يوتيوب"، أو توزيعها وتطويرها وإحداث بعض التغييرات عليها قبل نشرها (أداؤها من قبل فنان آخر، تصويرها في شكل فيديو كليب، cover، remix...).

مثال ١: أغنية "سيدي منصور"

| أغنية "سيدي منصور" | | |
|-------------------------------|-------------------------------|----------------|
| أداء: | تم نشرها على منصة يوتيوب منذ: | عدد المشاهدات: |
| فرقة "بودية" (النسخة الأصلية) | ١٣ سنة | ٢٠١ مليون |
| صابر الرباعي (فيديو كليب) | ١٠ سنوات | ٢٧ مليون |

https://www.youtube.com/watch?v=8M_pUwX8P4s
تاريخ الزيارة: ١٨ جانفي ٢٠٢٥.
(٢) نسب المشاهدة لفيفديو كليب "سيدي منصور" (غناء صابر الرباعي) مأخوذة من موقع يوتيوب:
<https://www.youtube.com/watch?v=M1dcmKIIVGw>

مثال ٢: أغنية "يَمَّا الأسمر دوني"

| أغنية "يَمَّا الأسمر دوني" | | |
|---|--------------------------------|----------------|
| أداء: | تمّ نشرها على منصة يوتيوب منذ: | عدد المشاهدات: |
| صلاح مصباح ^١ (النسخة الأصلية) | ١٣ سنة | ١٥١ ألف |
| أسماء عثمان ^٢ (فيديو كليب) | ٧ سنوات | ٢٥ مليون |

مثال ٣: أغنية "عائروني بيك يا حمة"

| أغنية عائروني بيك يا حمة | | |
|--|--------------------------------|----------------|
| أداء: | تمّ نشرها على منصة يوتيوب منذ: | عدد المشاهدات: |
| فايزة الثوري | ٧ سنوات | ٢٢٠ ألف |
| أكرم ماق (في سياق برنامج تلفزي) | ٤ سنوات | ٢٣٠ ألف |
| فهمي الزياحي في سياق برنامج تلفزي (abdelli showtime) | ٦ سنوات | ٢٨ ألف |
| الشاب بشير (برنامج إذاعي) "Radio med" | ٧ سنوات | ٤٠ ألف |
| Réel (تمّ تنفيذه بالاستعانة بألة إيقاعية: الطبل) | ٨ سنوات | ٣٤ ألف |
| أسماء بن أحمد (فيديو كليب حمة) | ٨ سنوات | ٦٥ ألف |
| | ٧ سنوات | ٧ مليون |

أمثلة من الموسيقى الشرقيّة العربيّة والتي تمّ إنتاجها في القرن العشرين، ثمّ نشرها بنسختها الأصلية على موقع "يوتيوب"، أو توزيعها وتطويرها وإحداث بعض التّغييرات عليها قبل نشرها (أداؤها من قبل فنّان آخر، تصويرها في شكل فيديو كليب، cover، remix، ...)

مثال ١: أغنية "وحشتيني"

| أغنية "وحشتيني" | | |
|--|--------------------------------|----------------|
| أداء: | تمّ نشرها على منصة يوتيوب منذ: | عدد المشاهدات: |
| سعاد محمّد ^٣ (النسخة الأصلية) | ١٠ سنوات | ٨٩٠ ألف |
| نور مهنّا ^٤ | ١٣ سنة | ٦.٩ مليون |

^٣ (نسب المشاهدة لأغنية "وحشتيني" أداء الفنّانة "سعاد محمّد" مأخوذة من موقع يوتيوب:

<https://www.youtube.com/watch?v=8SIbVhJydr0>

تاريخ الزيارة: ٨ فيفري ٢٠٢٥.
^٤ (نسب المشاهدة لأغنية "وحشتيني" أداء الفنّان "نور مهنّا" مأخوذة من موقع يوتيوب:

<https://www.youtube.com/watch?v=YdYQKpeXfZk>

تاريخ الزيارة: ٨ فيفري ٢٠٢٥.

تاريخ الزيارة: ١٩ جانفي ٢٠٢٥.

^١ (نسب المشاهدة لأغنية "يَمَّا الأسمر دوني" أداء الفنّان "صلاح مصباح" مأخوذة من موقع يوتيوب:

<https://www.youtube.com/watch?v=nHGMMiiC oIM>

تاريخ الزيارة: ١٠ فيفري ٢٠٢٥.

^٢ (نسب المشاهدة لأغنية "يَمَّا الأسمر دوني" أداء الفنّانة "أسماء العثمان" مأخوذة من موقع يوتيوب:

https://www.youtube.com/watch?v=hgk_1F-z_hE

تاريخ الزيارة: ١٢ فيفري ٢٠٢٥.

مثال ٢: موشح "يا بهجة الروح"

| موشح "يا بهجة الروح" | | |
|-------------------------|----------------------------------|----------------|
| أداء: | تم نشرها على منصة يوتيوب منذ: | عدد المشاهدات: |
| صباح فخري ^١ | ٨ سنوات | ٦٣٢ ألف |
| سنية مبارك ^٢ | ١٢ سنة | ٤١ ألف |
| ناصر أسمر ^٣ | ٤ سنوات | ٩٧٧ |

وإضافة إلى نسب المشاهدة العالية التي لاحظناها في الجداول المبينة أعلاه، فإن الفنان يتمكن من التفاعل مع الجمهور بشكل مباشر من خلال التعليقات والإعجابات والمشاركة، مما يعزز نوعية العلاقات بين الفنان وجمهوره. وهذه الميزة تمكن "يوتيوب" من التحوّل إلى شكل منصة تفاعلية؛ ذلك أنّ دوره لا يقتصر فقط على نشر الموسيقى، بل إنه يسهم أيضاً في نقل الثقافة الموسيقية من خلال تسهيل التواصل بين الفنانين والمستمعين في أنحاء متفرقة من العالم، فتصبح الأعمال الفنية -وفق هذا التصوّر- أكثر من مجرد وسائل ترفيهية، بل تتحوّل إلى أداة ثقافية تمكن الجماهير من التفاعل مع الأغاني والتعرف على تجارب وثقافات جديدة، مما يعزز تبادل الأفكار بين الفنانين وجمهورهم، أي بين الباث والمتقبل.

ولا تقتصر أهمية موقع يوتيوب على ما تمّ ذكره فقط، بل يمكن القول أنّه أصبح ميداناً لاكتشاف الموسيقى الجديدة إذ أصبح من الممكن أن تكتسب الأغاني الناشئة

شهرة سريعة بفضل الفيديوهات أو المقاطع القصيرة "reels" التي يتم مشاركتها عبر الإنترنت. لذلك، أصبح يوتيوب المنصة الأساسية لاكتشاف الفنانين الجدد الذين بدؤوا حياتهم الفنية بتحميل الأغاني والمقاطع الصوتية على القناة الخاصة بهم، حتى أنّ بعضهم قد حقّق شهرة غير مسبوقة نتيجة لذلك.

وإلى جانب كونه منصة استماع، أصبح يوتيوب جزءاً من الاستراتيجيات التسويقية للفنانين وشركات الإنتاج؛ حيث أنّ فائدته لا تقتصر على كونه قناة ترويجية للمحتوى فقط، بل أصبح أيضاً وسيلة تعريفية تسهم في توجيه الجمهور إلى شراء الأغاني أو الألبومات. فعلى سبيل المثال، يمكن للمشاهدين من خلال "فيديو كليب" على يوتيوب شراء الأغنية مباشرة عبر "iTunes" أو منصّات أخرى، ممّا يعزّز مبيعات الموسيقى. كما يمكن للفنانين الاستفادة من الربح المالي من خلال الإعلانات التي تظهر أثناء مشاهدة الفيديو، وهي أحد مصادر الدخل التي يعتمد عليها العديد من الفنانين الجدد والناشئين.

* تطبيقات "فايسبوك" و"انستغرام" و"تيك توك" و"تويتر" في أواخر القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين، ظهرت العديد من التطبيقات ومنصات التواصل الاجتماعي مثل "فايسبوك"، "تويتر"، "انستغرام" و"تيك

<https://www.youtube.com/watch?v=MmvXCZX-SJoA>

تاريخ الزيارة: ٤ مارس ٢٠٢٥.

^٢ (نسب المشاهدة لموشح "يا بهجة الروح" أداء "ناصر أسمر" مأخوذة من موقع يوتيوب:

<https://www.youtube.com/watch?v=Ka-F5iXbOmQ>

تاريخ الزيارة: ٣ مارس ٢٠٢٥.

^١ (نسب المشاهدة لموشح "يا بهجة الروح" أداء الفنان "صباح فخري" مأخوذة من موقع يوتيوب:

<https://www.youtube.com/watch?v=TJmnhe3E8t0>

تاريخ الزيارة: ٣ مارس ٢٠٢٥.

^٢ (نسب المشاهدة لموشح "يا بهجة الروح" أداء "سنية مبارك" مأخوذة من موقع يوتيوب:

مثال: أغنية "Running Up That Hill"

"Hill" - "كيت بوش" "Kate Bush": -

| في القرن العشرين | في القرن الحالي |
|--|---|
| أصدرت أغنية "Running Up That Hill" في الثمانينات (١٩٨٥) من قبل المغنية كيت بوش، وحقت نجاحاً معيّناً، ولكنها لم تصبح من الأغاني الأكثر شهرة في ذلك الوقت. | في عام ٢٠٢٢، ظهرت الأغنية بشكل مفاجئ في مسلسل "Stranger Things" (الموسم الرابع)، مما أدى إلى زيادة ضخمة في عدد مشاهداتها على "يوتيوب" و"سبوتيفاي". في غضون أسابيع، أصبحت الأغنية إحدى أكثر الأغاني استماعاً في العالم بفضل اكتشافها من قبل جمهور جديد (٣١١ مليون مشاهدة). |

جعلت وسائل التواصل الاجتماعي هذه الإمكانيّة

متاحة لأيّ فنانٍ لكي ينشر أعماله الموسيقية ويصل إلى جمهور عالمي دون الحاجة إلى تكاليف إنتاج أو توزيع ضخمة. وهذا ساعد الفنانين -أيا كانت نوع موسيقاهم- على استقطاب أعداد غفيرة من الجماهير والمتابعين من مختلف أقطار العالم خاصّة من خلال استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي للترويج لأعمالهم بطرق جديدة. ويتمّ ذلك أساساً من خلال الحملات الدعائية^١ عبر "فيسبوك" أو "تويتر" أو "إنستغرام"، وجذب اهتمام وسائل الإعلام والجماهير بشكل أسرع وأكثر فعالية.

ومن هذا المنطلق، فقد أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي^٢ في نشر الأغاني والمحافظة عليها وإعادة إحيائها من جديد.

لكنّ شبكة الأنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي ليست هي المسؤول الوحيد، بل نجد كذلك ميل فنّاني وموزّعي القرن الحالي إلى استعمال العديد من التّقنيّات

توك"، والتي سهّلت عمليّة الوصول إلى جمهور واسع من خلال خلق تفاعل مباشر بين الفنانين ومعجبيهم. فبدلاً من أن يكون الفنان منحصراً في إطار العلاقات التقليدية مع وسائل الإعلام، أصبح بإمكانه التفاعل بشكل مستمر مع جمهوره عبر منشورات، تعليقات، ورسائل مباشرة.

١- على سبيل المثال، تويتر سمح للفنانين بإرسال رسائل قصيرة ومباشرة لجمهورهم، مما يعزز الاتصال المباشر والمستمر.

٢- كما أن المنصات مثل "إنستغرام" سمحت للفنانين بنشر صور وفيديوهات صغيرة تتعلق بحياتهم اليومية أو جولاتهم الفنية، مما أضاف بُعداً إنسانياً وحميمياً يعزز علاقة الجمهور بالفنان.

٣- SoundCloud على سبيل المثال، تمنح مساحة للموسيقيين المستقلين لنشر أعمالهم والوصول إلى جمهور عالمي يتذوّق الموسيقى ويستمتع إليها بكلّ سهولة دون الحاجة إلى شركات الإنتاج الكبرى.

(١) تقوم الحملات الدعائية للإنتاجات الفنّية في بعض الأحيان على استخدام الفنانين لأسلوب "التسريب" عبر تويتر أو إنستغرام حيث يشاركون مقاطع صغيرة من الأغاني أو الفيديو كليب لجذب اهتمام الجمهور قبل الإصدار الرسمي.

(٢) تسهم وسائل التواصل الاجتماعي في النشر السريع للأعمال الفنّية، بحيث تتمكّن بعض الإنتاجات التي لم تكن معروفة من قبل

الحديثة التي تعيد إخراج الأغاني القديمة في هيئة جديدة وتزيد من شهرتها وإشعاعها، ومن ذلك نذكر: -

١- تقنية "الريميكس" (remix) ودورها في النشر الأوسع للأغاني الأصلية: وهي تقنية تقوم على إعادة إنتاج أو تعديل أغنية معينة، حيث يغير المنتج أو الفنان بعض جوانب الأغنية الأصلية، مثل التوزيع، الإيقاع، الآلات الموسيقية، أو حتى الأصوات البشرية المستخدمة فيها. يُستخدم "الريميكس" لتحويل الأغنية الأصلية إلى نسخة جديدة. وعلى هذا الأساس، فإنّ هذه التقنيّة تسهم في إحداث تغييرات على النصّ الموسيقي الأصلي من حيث البنية الإيقاعية أو اللّحنية بأسلوب موسيقي جديد، من خلال إضافة عناصر صوتية أو تعديل التوزيع، مما يخلق نسخة معدّلة أو موسيقية معاد تصورها. وهذا ما يجعل الموسيقى في بعض الحالات مواكبة أكثر للتطوّر التقني والتكنولوجي وقريبة من الذّائقة السّمعية للجيل الحالي خاصّة عندما اعتبرت تقنية "الريميكس" كأحد الأدوات الأساسية في صناعة الموسيقى التي تسهم في إعادة توزيع الأغاني الأصلية وزيادة انتشارها.

ويمكن أن يكون "الريميكس" في شكل: -

١- توزيع موسيقي جديد: إضافة طبقات صوتية جديدة أو تغيير بنية الأغنية.

٢- تعديل للإيقاع: تغيير سرعة الأغنية أو إضافة إيقاعات جديدة لتناسب أسلوب موسيقي مختلف.

٣- إضافة لتأثيرات صوتية: مثل التأخير (delay) أو التعديل الصوتي (pitch-shifting) لإضفاء طابع مختلف.

واستناداً لما سبق، يمكن أن نستنتج أنّ "الريميكس" يسهم في إعادة تقديم الأغنية الأصلية إلى جمهور جديد.

ففي كثير من الأحيان، يتم تعديل الأغنية لتناسب أنماطاً موسيقية مختلفة مثل الهاوس، التكنو، أو الهيب هوب، مما يعزز من فرصة الأغنية للوصول إلى جمهور كان قد لا يهتم بنسختها الأصلية. وعلى سبيل المثال، يمكن أن تكون التركيبة اللّحنية - الإيقاعية لأغنية ما لا تُناسب ولا تتماشى مع الذّائقة الفنّية للفئة الشّبابية، ممّا يجعل الريميكس الجديد يقوم بالمهمّة المناسبة في إدخال تغييرات جديدة يمكن أن تطال سرعة الإيقاع، أو نوعيّة اللّحن، أو حتّى تركيبة الآلات المنفّذة.

وبما أنّ "الريميكس" يمكن أن يؤدّي إلى نشر الأغنية عبر منصّات متعددة، خاصة في عصر وسائل التواصل الاجتماعي مثل تيك توك وإنستغرام، فإنّ الأغنية المعدّلة أو المُعاد توزيعها تتمكّن بطريقة أو بأخرى من الوصول إلى جمهور أكبر، خاصّة مع سرعة انتشار المقاطع الموسيقية، ليصبح "الريميكس" جزءاً من "التّحديات" أو "الترّنات" (trends) التي تريد من شعبية الأغنية الأصلية.

إضافة إلى ذلك، يمكن الإشارة إلى واحدة من أقوى الأدوات التي يوفرها "الريميكس"، ألا وهي فرصة الوصول إلى جماهير متنوعة من خلال تعاون الفنانين المتعددين كأن يجمع بين فنانين من أنماط موسيقية مختلفة، مما يُتيح للفنانين اكتساب قاعدة جماهيرية من مختلف البلدان والثقافات.

وفي هذا السّياق، يمكن القول أنّ الأدوات التقنية الحديثة تسهم بشكل كبير في تسهيل إنتاج "الريميكسات"، وهو ما جعل عملية التعديل على الأغاني الأصلية أكثر بساطة وتنوعاً. ففي الماضي، كانت عملية "الريميكس" تتطلب استوديوهات موسيقية كبيرة وتقنيات متقدمة.

ولكن بفضل تطور البرمجيات الموسيقية، مثل "Ableton Live" و"Logic Pro X"، أصبح بإمكان أي منتج موسيقي أو حتى فنان مستقل تعديل الأغاني وتحويلها إلى آثار فنية مبتكرة باستخدام أجهزة الكمبيوتر الشخصية فقط. هذا بالإضافة إلى بعض البرمجيات الأخرى مثل "Serato DJ" و"FL Studio"، والتي توفر أدوات متقدمة لدمج الأصوات والتغيير اللامتناهي للإيقاعات، مما يتيح ابتكار أعمال موسيقية جديدة بسهولة.

وفي ما يلي، مثال لريميكس "Remix" في الموسيقى الغربية من خلال الرابط الإلكتروني التالي:

<https://youtu.be/KCfhlAVhZQs?si=m-DGvVP1imFOC6Z8>

وهو "ريميكس" لمجموعة من الأغاني الغربية التي تم إنتاجها في التسعينات. وأياً كانت هذه الأغاني مشهورة في فترة إصدارها أم لا، فإن نسبة المشاهدة العالية على موقع يوتيوب (١٦ مليون مشاهدة) دليل على نجاح هذا العمل الفني في الوصول إلى عدد هام من المتلقين والمتابعين من مختلف أنحاء العالم.

الكلمات المفتاحية: التقنيات الحديثة، الريميكس، جمهور المتلقين، نسب المشاهدة، التطور التقني.

Keywords: new technics, remix, receivers, number of views, technical development.

٢- تقنية الـ"كوفر" (cover): يشير مصطلح الـ"كوفر" إلى إعادة أداء أو غناء أغنية شهيرة من قبل فنان

(١) نسب المشاهدة لأغنية "Hallalujah" من تنفيذ "Rosa Linn" <https://www.youtube.com/watch?v=UINtmPew4iE> تاريخ الزيارة: ٢٥ فيفري ٢٠٢٥.

آخر، عادة بطريقة مختلفة. قد يشمل هذا التغيير في التوزيع، الأداء الصوتي، الآلات الموسيقية، أو حتى التفسير العاطفي للأغنية. وعادةً ما يتم تقديم الـ"كوفر" لأغنية تم إصدارها سابقاً، وقد يعكس أسلوب الفنان الذي يؤديها أو يقدم تفسيرات جديدة للأغنية الأصلية. وبالتالي، فالـ"كوفر" طريقة تتمثل في إعادة تنفيذ أغنية سابقة لفنان ما من قبل فنان آخر أو مجموعة من الفنانين، ليكتسي العمل الموسيقي حلة جديدة ويتم تسويقه وبيع العديد من النسخ منه من جديد.

على سبيل المثال، تمت إعادة أداء أغنية "Hallelujah" لـ"ليونارد كوهين" (Leonard Cohen) والتي تم إنتاجها بادئ الأمر سنة ١٩٨٤، ثم أحدث تغيير في توزيع الموسيقى وطريقة الغناء، مما يضفي طابعاً جديداً على الأغنية: -

| Cover "Hallelujah" | أغنية | سنة الإنجاز | عدد المشاهدات على موقع يوتيوب |
|-----------------------------------|-------------|-------------|-------------------------------|
| Cover « Rosa Linn » ^١ | ٢٠٢٤ | ١٣٣ ألف | |
| Cover « pentatonix » ^٢ | منذ ٧ سنوات | ٤.٦ مليون | |

* دور التكنولوجيا في تسهيل إنتاج "Cover" للأغاني

لا شك أن الأترنات قد أصبح الواجهة الرئيسية لتوزيع أي عمل موسيقي، بما في ذلك الـ"كوفر". وأصبحت المنصات مثل "يوتيوب" و"سبوتيفاي" و"آبل ميوزيك" تسهم بشكل كبير في نشر هذه الأغاني المعدلة سيما وأنه قد أصبح بإمكان الفنانين المستقلين نشر أعمالهم

(٢) نسب المشاهدة لأغنية "Hallalujah" من تنفيذ "Pentatonix" https://www.youtube.com/watch?v=KvNd_ok1VOQ تاريخ الزيارة: ٢٥ فيفري ٢٠٢٥.

في وقت قياسي، والاستماع إلى الأغاني (بنسختها الجديدة) عبر الأجهزة المحمولة أو الحواسيب الشخصية، مما يسهّل وصول هذه الأعمال إلى جمهور يتجاوز المحليّة الضيقة ليصل إلى كافّة أرجاء العالم. وفي العديد من الحالات، يمكن أن تكون الأغاني المُعاد تقديمها أكثر شهرة من النسخة الأصلية بفضل انتشارها على هذه المنصات.

وفي ما يلي بعض التقنيات التي ساهمت في تسهيل وإثراء عملية إنتاج وتوزيع الـ "Cover" :-

١- استخدام برامج الإنتاج الموسيقي الرقمية: أصبح بإمكان الفنانين الآن استخدام برامج مثل "Ableton Live"، "FL Studio"، و "Logic Pro" لإعادة إنتاج الأغاني بسهولة حيث توفر هذه البرامج أدوات متقدمة للتحكم في الأصوات، التوزيع، والتأثيرات الصوتية، مما يسمح بإعادة أداء الأغاني بطرق مبتكرة. بالإضافة إلى ذلك، أصبحت هذه البرامج في متناول الأيدي، وهو ما جعل عملية صناعة الـ "Cover" أسهل وأرخص من السابق.

٢- توظيف آلات موسيقية افتراضية: تُمكن الآلات الموسيقية الافتراضية (virtual musical instruments) الفنانين من محاكاة الآلات الحقيقية بشكل دقيق، مثل البيانو، القيتار، والطبول. هذه الآلات تسمح للفنانين بتسجيل موسيقى ذات جودة عالية دون الحاجة إلى استوديوهات باهظة الثمن، مما يسهل لهم إعادة أداء الأغاني المشهورة بأسلوب شخصي.

٣- توفير إمكانية تعديل الفيديو والصوت: بفضل برمجيات مثل "Adobe Audition" و "Final Cut Pro"، يمكن تعديل جودة الصوت والفيديو الخاصة

بالـ "كوفر" بطريقة احترافية، إذ يمكن تحسين الصوت، إضافة تأثيرات، أو حتى تعديل الفيديو بما يتناسب مع أسلوب الفنان، مما يساهم في تقديم إنتاج فنيّ قادر على نيل إعجاب فئة كبيرة من جمهور المتلقين، وخاصةً منهم الشباب.

"الكوفر" (Cover) هو وسيلة ممتازة لإظهار التنوع الثقافي في الموسيقى، حيث يمكن لفنان من ثقافة مختلفة أداء أغنية شهيرة بأسلوب موسيقي محلي. على سبيل المثال، يمكن لفنان من الشرق الأوسط أن يقدم "Cover" لأغنية غربية باستخدام آلات موسيقية تقليدية مثل العود أو الكمان، مما يتيح للجمهور فرصة للاستماع إلى مزيج من الأنماط الموسيقية.

٣- الفيديو كليب: لقد شهدت ثمانينات القرن الماضي "ظهور شكل فني جديد يجمع بين الصوت الغنائي والصورة المتحركة" هو الأغنية المصورة أو ما يصطلح على تسميتها بالفيديو كليب، وهو نوع فني هجين يجمع بين العنصر المسموع (الغناء) والعنصر المرئي (الصورة المتحركة) خاصة وأنّ الفترة التي ظهر فيها تزامنت مع طفرة تكنولوجية^(١). (زينب، ٢٠١٤، ص ١). فالفيديو كليب يتمّ من خلاله دمج وسيط جديد مرئي على الوسيط المسموع، ليصبح العمل الإبداعي متكوّنًا من عناصر متداخلة بين مجاليّ الموسيقى والسينما.

ويعتبر "ريجيس دوبراي" أنّ الوسائط المتعدّدة تُستعمل للدلالة على توظيف النصوص والأصوات والصوّر ومقاطع الموسيقى وتوظيفها جميعا في آن واحد.

(١) بلوج، زينب. (٢٠١٤). صورة المرأة من خلال الأغاني العربية المصورة دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الفيديو كليب العربي. مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، إشراف

"فايزة خلف". الجزائر: جامعة الجزائر، كلية العلوم والاتصال، قسم علوم الإعلام.

فـ"الفيديو كليب" وفق هذا التّصوّر هو محتوى إعلامي - ثقافي يتكوّن من: -

١- نسق لغوي يتمثل في الصورة السمعية التي تتمثل في توالي الموسيقى والأصوات التي تكوّن الأغنية بالإضافة إلى المؤثرات الخاصة المتمثلة في الأصوات البشرية والضّجيج.

٢- نسق أيقوني: يتمثل في كل ما يجسّده الفيديو كليب باعتباره فيلماً قصيراً يتكوّن من لقطات وصور وعلاقات بين الشّخصيات.

ولقد أُطلق على الفيديو كليب كذلك عبارة "الأغنية المصوّرة" التي تعدّ "شكلاً من أشكال الفنون الإبداعية الحديثة، والتي شاعت في المجتمعات، وكان لها تأثير كبير على المتلقّي بوصفها وسيلة من وسائل الترفيه المرئية، خاصة لدى فئة الشّباب"^١ (مجدي، ٢٠٢٣، ص ٢٤-٢٥)، ويمكن تعريفها بأنّها هي التّرجمة العربية لمصطلح (video clip). وتعني كلمة (clip) لقطات غير متصلة ببعضها البعض، معتمدة في تجميعها في كلّ واحد على المنتج. ولعلّ الانتشار الواسع للفيديو كليب كشكل مبتكر لتسويق وإنتاج الأعمال الفنّية في سوق الصّناعات الثقافية العربية شكّل فرصة أمام الباحثين الأكاديميين لدراسة تأثيرات الأغنية المصوّرة على المجتمعات العربية وقيمها خصوصاً الشباب والمراهقين باعتبارها أغنية موجهة لهذه الفئة.

*** أهمية تصوير الأغاني في شكل فيديو كليب في نشرها وشهرتها**

لم تصبح العديد من الأغاني الشهيرة أيقونات موسيقية فقط بسبب جودتها الصوتية، بل لأن الفيديو كليب

المرفق بها كان جزءاً كبيراً من هويتها. فالفيديو كليب يضيف بعداً إضافياً من خلال تقديم تجربة بصرية تدعم الرسالة العاطفية أو الفكرية للأغنية.

والملاحظ هو أنّ تصوير الأغاني على شكل فيديو كليب أصبح جزءاً أساسياً في صناعة الموسيقى الحديثة. ففي العقود الماضية، كان الفيديو كليب أحد أهم الأدوات التي ساعدت في تعزيز شهرة الأغاني وزيادة انتشارها، ولا سيما في العصر الرقمي الذي نعيشه الآن، خاصّةً وأنّه أصبح أداة تسويقية قوية تساهم في تعزيز تجربة الاستماع وتحقيق تواصل أعمق بين الفنان وجمهوره عن طريق جملة من العناصر التي نذكر من بينها تأثير الفيديو كليب البصري؛ ذلك أنّ الصورة تعزّز تجربة الاستماع وتضيف معنىً جديداً على المعنيين الموسيقي والشّعري. فعندما تكون الأغنية مصحوبة بتصوّر مرئي ومجموعة من الأحداث والشّخصيات والأضواء والتّوضيب الرّكحي، يتمكّن جمهور المتلقّين من ربط الكلمات والموسيقى بصورة مرئية تساعد في تفسير الرسالة العاطفية أو الفكرية الكامنة وراء الأغنية.

وعلى سبيل المثال، فإنّ أغنية "Thriller" لمايكل جاكسون لا تُعتبر مجرد أغنية ناجحة، بل هي أيضاً من أشهر الفيديو كليبات التي ساعدت في خلق أسطورة موسيقية؛ ذلك أنّ الفيديو كليب كان عنصراً أساسياً في تعزيز نجاح الأغنية وجعلها واحدة من أكثر الأغاني شهرة في التاريخ.

^١ (محمد فلاح الخطيب، مجدي. (٢٠٢٣). توظيف المثل في الأغنية العربية المصوّرة "الفيديو كليب". (العدد ١٦٢). الكويت: المجلة العربية للعلوم الإنسانية/ جامعة الكويت.

* تأثير الفيديو كليب على الهوية الفنية

يسمح الفيديو كليب للمبدع بأن يعبرَ عن رؤيته الفنية وأسلوبه الشخصي والتعريف بهويته الفنية بشكل حرّ وسلس باعتباره يتيح له تقديم نفسه بطرق مختلفة، سواء من خلال الإطلاقات أو الرسائل البصرية التي يعكسها الفيديو كليب.

وفي هذا السياق، نشير أساساً إلى المطربين الذين قاموا بدور مزدوج في أعمالهم الغنائية: دور التمثيل كشخصية رئيسية في الفيديو كليب من ناحية، ودور الغناء والأداء الموسيقي من ناحية أخرى.

ولعلّ هذا الدور المركّب يسمح للفنان بأن يحظى بشهرة أوسع باعتباره اعتمد وسيطاً مرئياً إلى جانب الوسيط المسموع، ممّا يسهم بدرجة أولى في شدّ انتباه المتلقّي وتفاعله لاحقاً مع العمل الفني. وهذا ما جعل بعض الأعمال الفنية تحظى بنسب مشاهدة عالية على مواقع التواصل الاجتماعي مثل "يوتيوب".

ومن بين الفنانين العربيين الذين قاموا بهذا الدور المزدوج في أعمالهم الفنية في أواخر القرن العشرين نذكر:

| الفنان / الفنانة | الأثر الفني المصور في شكل فيديو كليب | سنة إنتاجه | عدد مرّات مشاهدة الفيديو كليب الأصلي على موقع يوتيوب |
|-------------------------|--------------------------------------|------------|--|
| كاظم الساهر | زبدني عشقا | ١٩٩٦ | ٢٥ مليون |
| | قولي أحبك | ١٩٩٩ | ٦٠ مليون |
| | أكرهها | ١٩٩٩ | ٦١ مليون |
| حميد الشاعري وهشام عباس | عيني | ١٩٩٧ | ٤١ مليون |
| نجوى كرم | مغرومة | ١٩٩٨ | ١١ مليون |
| عمرو دياب | حبيبي يا نور العين | ١٩٩٦ | ١٥٦ مليون |
| محمد فؤاد | الحب الحقيقي | ١٩٩٨ | ٤١ مليون |
| راغب علامة | قلبي عشقها | ١٩٩٠ | ٢٧ مليون |
| إيهاب توفيق | ساحرائي | ١٩٩٩ | ١٢ مليون |
| سميرة سعيد | ع البال | ١٩٩٨ | ٧.٢ مليون |

* الخلاصة

انطلاقاً من هذه النماذج والإحصائيات وما توصّلنا إليه من نتائج في هذه الدراسة، يمكن القول بأنّ استعمال التكنولوجيا الرقمية الحديثة في الإنتاجات الفنية أسهم في إحداث تغييرات في المشهد العام للفنون في العصر الحديث، وأصبحت أغاني الفيديو كليب ظاهرة عالمية ساعدت على انتشارها وسائل الاتصال المرئية وروجت لها الفضائيات بشكل كبير، ثمّ وسائل التواصل الاجتماعي مثل يوتيوب حتى انتشرت في كل أنحاء العالم.

كما نستنتج أنّ وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل كبير في زيادة نسب المشاهدة عن طريق: -
١- إعادة توزيع الأغاني: عندما يعيد فنان أو مجموعة موسيقية إصدار أغانٍ قديمة باستخدام تقنيات التسجيل الحديثة أو مع إضافات جديدة، يمكن للأغنية أن تحقق انتشاراً أكبر على منصات مثل "يوتيوب" أو "سبوتيفاي"...
٢- الانتشار على تيك توك "Tik Tok": تيك توك أصبح أحد العوامل الرئيسية في نشر الأغاني القديمة التي كانت غير معروفة، حيث يشارك المستخدمون مقاطع موسيقية قديمة في مقاطع فيديو قصيرة، مما يساهم في انتشار الأغاني بشكل كبير.

٣- الاستفادة من تحديات الرقص: العديد من الأغاني القديمة تم استخدامها في تحديات رقص على تيك توك، مما أدى إلى إعادة اكتشافها من قبل جيل جديد.

واستنتجنا كذلك أنّ لوسائل التسجيل والبرمجيات الحديثة دوراً رئيسياً بما أنّ الآثار المنتجة بصفة آنية (مثل الارتجال) أو الأعمال الفنية التي جاءت على هيئة قوالب موسيقية غير متداولة بكمّية تحوّلت من خلال هذه التقنيات

والوسائل الحديثة إلى وسائط مسموعة ومحامل منشورة في
مختلف أنحاء العالم ومتاحة عبر الزمن لجميع أصناف
المستمعين والمحلّلين والدّارسين.